

## المحاضرة الرابعة عشر

### مراجعة عامة للمقرر

#### تمهيد

عولمة ، بيئة معقدة و متغيرة ، منافسة شديدة تأقلم ، تكيف ، مواكبة تطور ازدهار نجاح

### المحاضرة ١ التعلم التنظيمي و المنظمة المتعلمة

#### محاور المحاضرة الاولى

١. مفهوم التعلم التنظيمي .(استثمار الخبرات للانتفاع بها في المستقبل)
٢. العوامل المؤدية الى اهتمام المنظمات بالتعلم .(نشر المعرفة)
٣. مبررات دراسة التعلم التنظيمي .(تحقيق الميزة التنافسية)
٤. مفهوم المنظمة المتعلمة (المنظمة التي تمكن من التعلم)
٥. مميزات المنظمة المتعلمة(مشاركة الافراد في إيجاد الحلول)
٦. متطلبات المنظمة المتعلمة .(تشجيع الحوار)
٧. نماذج المنظمة المتعلمة .(مارسك ،ماركوارت ، مايلونين، العتيبي)
٨. ملخص نتائج دراسات علمية ضمن مجال المنظمة المتعلمة.

#### مفهوم التعلم التنظيمي (Organizational Learning)

❖ يقصد بالتعلم التنظيمي (Organizational Learning) عملية استثمار خبرات وتجارب المنظمة والأفراد العاملين بها ، ورصد المعلومات الناجمة عن هذه الخبرات والتجارب في ذاكرة المنظمة ثم مراجعتها من حين لآخر للاستفادة منها في حل المشكلات التي تواجهها.

❖ اما سينج senge فيرى ان عملية التعلم التنظيمي هي : الاختبار والمراجعة المستمرة للخبرات وتحويلها الى معرفة تستطيع المنظمة الحصول عليها وتوظيفها لأغراضها الرئيسية.

#### مفهوم المنظمة المتعلمة

❖ يصف سينج ( Peter Senge ) المنظمة المتعلمة على انها المنظمة التي يستطيع الفرد فيها ان يتعلم.

❖ كما يعرفها ايضا بانها المنظمة التي يوسع فيها الافراد باستمرار من قدراتهم على خلق النتائج التي يريدونها فعلا، والتي يجري فيها تنشئة انماط جديدة وشاملة من

التفكير، ويعبر فيها عن الطموحات الجماعية بحرية ، **وحيث يتعلم الأفراد باستمرار كيف يمكن ان يتعلموا فعلا.**

❖ يعرف كارفن (Garvin.1993) المنظمة المتعلمة على انها المنظمة **الماهرة في خلق واكتساب، وتحويل المعرفة،** وفي تعديل سلوكها لتعكس المعرفة والرؤيا الجديدة.

❖ بينما يعرفها سيجرمان (Sugarman,2004) بأنها المنظمة التي تمتلك **طاقة للتحسين المستمر لفاعليتها ولأعضائها** لإيجاد طرائق أفضل وجديدة لتنظيم جهودهم باتجاه الهدف.

### مميزات المنظمة المتعلمة

١. قبول الاخطاء لأنها ذات قيمة وضرورية للتعلم.
٢. نمو الاحساس والشعور بالمسؤولية الشخصية والمشاركة.
٣. العمليات لمشاركة حيث الحوار والاستكشاف ومناخ القيم المشتركة المتبادلة.
٤. تمكين الافراد في تحليل المشاكل وتحديد الحلول.

### المحاضرة ٢

#### القيادة التحويلية

#### محاوِر المحاضرة الثانية

اولا: مفهوم القيادة التحويلية.

ثانيا: ابعاد القيادة التحويلية.

التأثير المثالي

الدفع و الالهام

التشجيع الإبداعي

الاهتمام الفردي

ثالثا: القائد التحويلي.

#### خصائص القائد التحويلي

يحدد هيلريقل وآخرون ( Hellriegal ) ست خصائص للقائد التحويلي هي:

١ . القدرة على التركيز والانتباه.

٢ . تحمل المخاطرة.

٣. الثقة بالنفس وبالآخرين.

٤. احترام الذات.

٥. القدرة على الاتصال.

٦. الاحساس بالآخرين.

المحاضرة ٣ و ٤

الإدارة بالذكاءات

محاوور المحاضرة الثالثة و الرابعة

المحاضرة ١

اولا: اهمية منظمات الاعمال.

ثانيا: اهم التحديات التي تواجه المنظمة.

ثالثا: الادارة عقل المنظمة

رابعا: علاقة الذكاء بالإدارة

المحاضرة ٢

١- مفهوم الذكاء الاستراتيجي

٢- اهداف الذكاء الاستراتيجي

٣- عناصر الذكاء الاستراتيجي

٤- خصائص القائد ذو الذكاء الاستراتيجي

اهداف الذكاء الاستراتيجي

❖ توفير تنبؤات وتحذيرات مبكرة بالتهديدات المحيطة بالمنظمات واتخاذ الاجراءات الوقائية منها.

❖ تمكين المنظمات من الاستجابة لتغيرات البيئة الحالية والمستقبلية بالتخطيط والتنبؤ بالنتائج.

❖ تشكيل القناعات لدى صناع القرارات والسياسات بوجود الوصول الى قرارات وسياسات ابداعية.

❖ تطوير مهمة جمع المعلومات وتحليلها (الزبائن ، المجهزين، الشركاء).

- ❖ تقديم الافكار الهادفة الى تحويل الابتكارات والاختراعات الى سلع قابلة للتداول.
- ❖ توفير معلومات استراتيجية تمكن المنظمات من فهم التهديدات المحيطة بها حاليا ومستقبليا.

## المحاضرة ٥ و ٦:

### إدارة الازمات

#### محاوالمحاضرة الخامسة

- ١- تعريف الازمة.
- ٢- خصائص الازمة.
- ٣- اسباب الازمات.
- ٤- انواع الازمات.
- ٥- السمات المشتركة للازمات.
- ٦- مراحل تطور الازمات.

### تعريف الازمة

- ❖ الازمة هي **خلل مفاجئ نتيجة لأوضاع غير مستقرة** يترتب عليها تطورات غير متوقعة نتيجة عدم القدرة على احتوائه من قبل الاطراف المعنية وغالبا ما تكون بفعل الانسان.
- ❖ الازمة عبارة **عن خلل يؤثر تأثيرا ماديا على النظام بأكمله** ، كما انه يهدد الافتراضات الرئيسية التي يقوم عليها هذا النظام.
- ❖ الازمة هي **حالة توتر ونقطة تحول** تتطلب قرارا ينتج عنه مواقف جديدة سلبية كانت ام ايجابية تؤثر على مختلف الكيانات ذات العلاقة.

#### محاوالمحاضرة السادسة

- ١- ادارة الازمات.
- ٢- الإدارة بالأزمات.
- ٣- مبادئ التعامل مع الازمة.
- ٤- استراتيجيات مواجهة الازمة.
- ٥- المتطلبات الادارية للتعامل مع الازمات.

٦- معوقات ادارة الازمات.

٧- ملامح استراتيجية ادارة الازمات في المنظور الإسلامي.

### ادارة الازمات (Crisis Management)

- ✓ هي مجموعة الاستعدادات والجهود الادارية التي تبذل لمواجهة او الحد من الدمار المترتب عن الازمة.
- ✓ تتطلب ادرة الازمة من المديرين ضرورة التفكير فيما يكمن التفكير فيه، وتوقع ما لا يمكن توقعه.
- ✓ ادارة الازمة هي ادارة العمليات اثناء حدوث الازمة الحقيقية مثل عمليات الاخلاء من الحرائق و اغلاق المحلات او سحب المنتجات من السوق.

### المحاضرة ٧ و ٨ التسويق الاخضر

#### محاوr المحاضرة السابعة

١. تعريف التسويق الاخضر.
٢. مبررات ظهور التسويق الاخضر.
٣. مراحل تطور التسويق الاخضر.
٤. معوقات تطبيق التسويق الاخضر.
٥. النتائج المحققة من التسويق الاخضر.

#### تعريف التسويق الاخضر

- ❖ هو عملية بيع المنتجات والخدمات والتي تتسم في كونها صديقة للبيئة.
- ❖ عرفت جمعية التسويق الامريكية التسويق الاخضر بأنه تسويق المنتجات التي تعتبر صديقة للبيئة وان تكون امنة، وان تتضمن عدد من الانشطة المختلفة التي تتمثل في تعديل المنتج، تغيير طريقة وأساليب التعبئة والتغليف، وتعديل وتطوير اساليب الترويج.
- ❖ التسويق الاخضر هو مدخل اداري مبدع يهدف الى تحقيق الموازنة ما بين حاجات الزبائن ومتطلبات البيئة وهدف الربحية.

#### محاوr المحاضرة الثامنة

١. سلوك المستهلك الاخضر.
٢. خصائص المستهلك الاخضر.

٣. نماذج المستهلك الأخضر.
٤. ممارسات المستهلك الأخضر.
٥. المزيج التسويقي الأخضر.
٦. استراتيجيات التسويق الأخضر.
٧. التوجهات الاستراتيجية للشركات نحو المنتجات الخضراء

### خصائص المستهلك الأخضر

❖ حدد المعهد الدولي للمستهلك مجموعة خصائص للمستهلك الأخضر هي:

١. الالتزام الذاتي والواضح بأساليب وأنماط الحياة الخضراء.
٢. رفض الممارسات التي تلحق ضررا بالبيئة.
٣. البحث عن الشركات ذات التوجه البيئي للتعامل معها.
٤. يعمل على حماية البيئة من خلال سلوكه الشرائي الاستهلاكي.
٥. لديه الرغبة في تعلم القضايا المتصلة بالبيئة بهدف توجيه سلوكه اليومي.
٦. يمتلك ثقافة تمكنه من تقييم الاعمال والمنتجات المتوافقة مع البيئة

### المحاضرة ٩ : التسويق الالكتروني

#### محاوَر المحاضرة التاسعة

١. مفهوم التسويق الالكتروني
٢. مجالات التسويق الالكتروني
٣. اهداف التسويق الالكتروني
٤. ابعاد التسويق الالكتروني
٥. اختلاف التسويق الالكتروني عن التسويق التقليدي
٦. مزايا التسويق الالكتروني
٧. التحديات التي تواجه التسويق الالكتروني

#### مفهوم التسويق الالكتروني

❖ يعرف Mark Sceant التسويق الالكتروني بأنه **كافة الانشطة التي تنفذ من خلال الانترنت لجذب الزبائن والاحتفاظ بهم وجلب الارباح.**

❖ اما جمعية التسويق الامريكية فتعرف التسويق الالكتروني بانه وظيفة تنظيمية ويتمثل **بمجموعة من العمليات** التي تحدد لخلق الاتصال وتسليم القيمة الى الزبون وإدارة علاقة الزبون بالطرق التي تحقق المنافع والاهداف للمنظمة وأصحاب الحصص والتي **تتم من خلال الدوات و وسائل الكترونية.**

## المحاضرة ١٠ : ادارة الاعمال متعددة الثقافات

### محاوالمحاضرة العاشرة

١. تعريف الثقافة
٢. تعريف الشركات متعددة الثقافات
٣. خصائص الشركات متعددة الثقافات
٤. الصدمة الثقافية
٥. اثر الثقافات المتعددة على بيئة ادارة الاعمال
٦. الفوارق الثقافية وإدارة الاعمال الدولية

### تعريف الشركات متعددة الثقافات

❖ الشركات متعددة الثقافات (Multicultural Companies) هي الشركات التي تمتلك موارد بشرية من خلفيات وخبرات وثقافات متنوعة اذا ما احسن ادارتها وتوظيف كامل قدراتها وإمكانياتها سيؤدي الى المساهمة في تحقيق الاهداف المرسومة وبما يعود بالفائدة على المنظمة وهؤلاء العاملين.

## المحاضرة ١١ : الشركات العائلية

### محاوالمحاضرة الحادية عشر

١. تعريف الشركات العائلية
٢. انواع الشركات العائلية والعوامل المؤثرة فيها
٣. نقاط القوة ومواطن الضعف في الشركات العائلية
٤. الأهمية الاقتصادية للشركات العائلية
٥. مزايا الشركات العائلية
٦. فوائد استثمارية الشركات
٧. اسباب فشل الشركات العائلية

٨. التحديات التي تواجه الشركات العائلية

٩. الخيارات المتاحة امام الشركات العائلية

### مزايا الشركات العائلية

- ❖ قدرة اكبر في التصرف الإداري والمالي.
- ❖ سرعة اتخاذ القرار والتحرر من الشكليات والإجراءات التي تحددها اللوائح.
- ❖ اقتصار العائدات والأرباح على أفراد العائلة مما يقوى من مركزهم المالي.
- ❖ وجود الحافز الخاص ومواجهة التحدي الكبير من أجل البقاء واستمرار العائلة.

### كما تتميز الشركات العائلية ايضاً:

- ❖ هوامش ربح مرتفعة.
- ❖ معدلات نمو مبيعات مرتفعة.
- ❖ معدلات نمو أصول مرتفعة.
- ❖ معدلات عائد على رأس المال مرتفعة.

### المحاضرة ١٢ : حوكمة الشركات

#### محاوّر المحاضرة الثانية عشر

١. تعريف حوكمة الشركات.
٢. الاطراف المعنية بتطبيق مفهوم حوكمة الشركات.
٣. المحددات الأساسية لتطبيق مفهوم حوكمة الشركات.
٤. مبادئ حوكمة الشركات.
٥. مزايا ومنافع حوكمة الشركات.

#### مزايا ومنافع حوكمة الشركات

١. تخفيض المخاطر المتعلقة بالفساد المالي والإداري التي تواجهها الشركات والدول.
٢. رفع مستويات الاداء وما يترتب عليه من دفع عجلة التنمية والتقدم الاقتصادي للدول التي تنتمي اليها الشركات.
٣. جذب الاستثمارات الاجنبية وتشجيع راس المال المحلي على الاستثمار في المشروعات الوطنية.

- ٤ . زيادة قدرة الشركات الوطنية على المنافسة العالمية وفتح اسواق جديدة لها.
- ٥ . الشفافية والدقة والوضوح في القوائم المالية التي تصدرها الشركات وما يترتب على ذلك من زيادة ثقة المستثمرين بها واعتمادهم عليها في اتخاذ القرارات.
- ٦ . زيادة فرص العمل لأفراد المجتمع.

### المحاضرة ١٣ : المسؤولية الاجتماعية

#### محاور المحاضرة الثالثة عشر

- ١ . تعريف المسؤولية الاجتماعية
- ٢ . اهمية المسؤولية الاجتماعية
- ٣ . ابعاد المسؤولية الاجتماعية

#### اهمية المسؤولية الاجتماعية

- ١ . زيادة التكافل الاجتماعي بين مختلف شرائح المجتمع مع خلق شعور عالي بالانتماء لذي الحاجات الخاصة.
- ٢ . الاستقرار الاجتماعي نتيجة توفر فرع العدالة الاجتماعية وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص الذي يعد جوهر المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الاعمال.
- ٣ . تحسين نوعية الحياة في المجتمع سواء من ناحية البنية التحتية او من الناحية الثقافية.

تم بحمد الله

Mayosh